



[EBOOK] ÉTUDE COMPARATIVE DE LA PERFORMANCE DIGITALE DU E-COMMERCE DANS LE MONDE

DONNÉES MONDIALES SUR L'IMPACT DES TEMPS DE RÉPONSE DES SITES, DE LEUR COMPLEXITÉ ET DE L'ÉVOLUTION DES EXIGENCES DES CONSOMMATEURS SUR LES REVENUS DES E-COMMERÇANTS.

2016



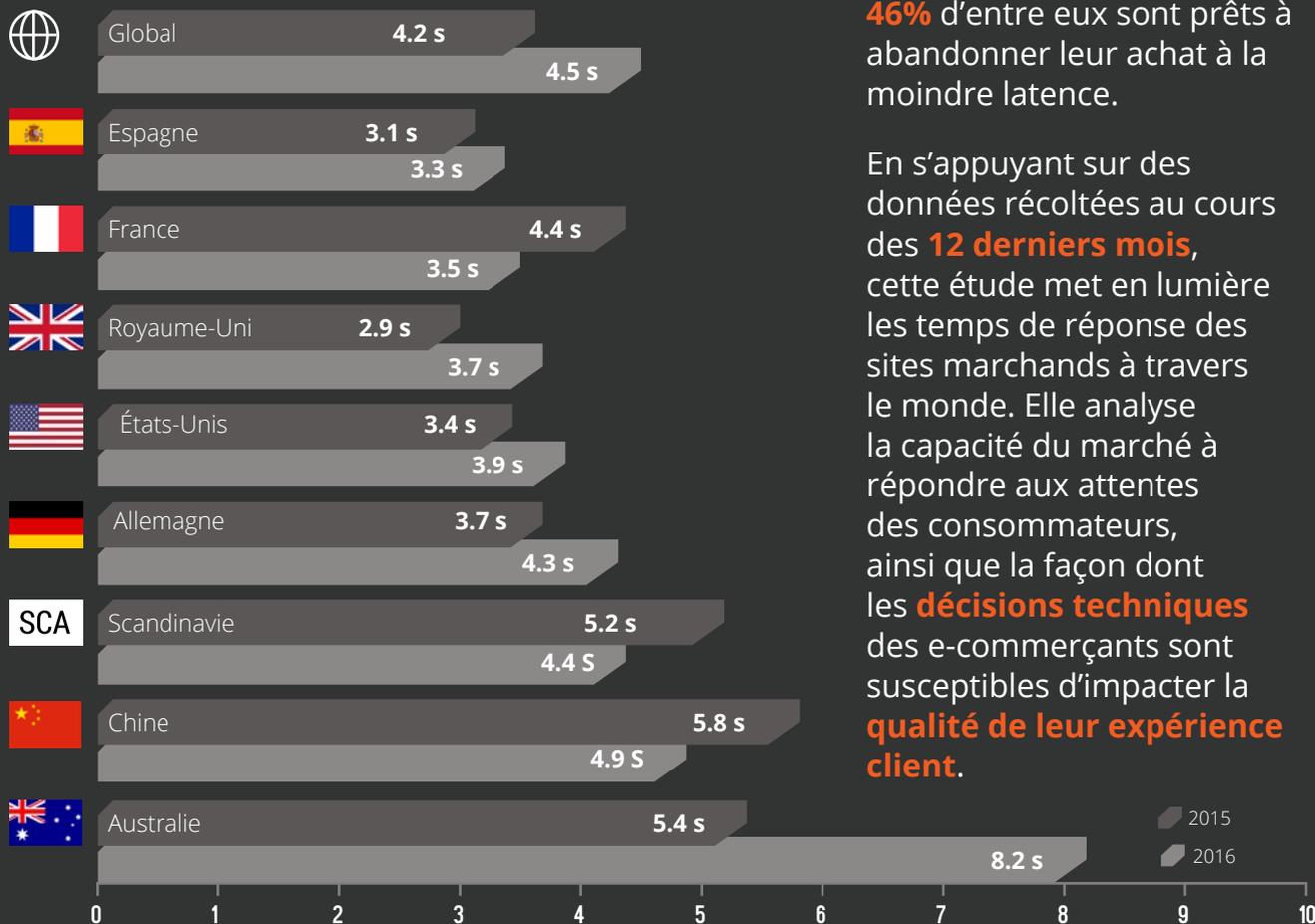
SOMMAIRE

ÉTAT DES LIEUX DE LA PERFORMANCE DIGITALE DU E-COMMERCE À TRAVERS LE MONDE	3
MESURER L'IMPACT DES TEMPS DE RÉPONSE SUR LES REVENUS	4
OBJECTIFS DE L'ÉTUDE	5
COMPLEXITÉ DIGITALE ET EXPÉRIENCE CLIENT	6
OÙ VOUS SITUEZ-VOUS PAR RAPPORT À VOS CONCURRENTS?	7
BEST PRACTICE : FOCUS SUR APPLE	8
ANALYSE PAR PAYS : ALLEMAGNE	9
ANALYSE PAR PAYS : AUSTRALIE	12
ANALYSE PAR PAYS : CHINE	15
ANALYSE PAR PAYS : ESPAGNE	18
ANALYSE PAR PAYS : ÉTATS-UNIS	21
ANALYSE PAR PAYS : FRANCE	24
ANALYSE PAR PAYS : ROYAUME-UNI	27
ANALYSE PAR PAYS : SCANDINAVIE	30
MÉTHODOLOGIE	33

Testez **GRATUITEMENT**
votre performance:
<http://bit.ly/DT-benchmark>

ÉTAT DES LIEUX DE LA PERFORMANCE DIGITALE DANS LE E-COMMERCE À TRAVERS LE MONDE

LE TEMPS DE RÉPONSE MOYEN D'UNE PAGE D'ACCUEIL À L'ÉCHELLE MONDIALE A AUGMENTÉ DE **7%** ENTRE 2015 ET 2016



De nos jours, la vitesse d'affichage d'un site impacte de manière significative les revenus générés par le e-commerce. Les clients sont plus exigeants, techniquement plus habiles et attendent de leurs e-commerçants qu'ils leur délivrent des contenus en moins de **3 secondes**. **46%** d'entre eux sont prêts à abandonner leur achat à la moindre latence.

En s'appuyant sur des données récoltées au cours des **12 derniers mois**, cette étude met en lumière les temps de réponse des sites marchands à travers le monde. Elle analyse la capacité du marché à répondre aux attentes des consommateurs, ainsi que la façon dont les **décisions techniques** des e-commerçants sont susceptibles d'impacter la **qualité de leur expérience client**.

A TRAVERS LE MONDE, LES SITES MARCHANDS DEVIENNENT PLUS COMPLEXES, PLUS RICHES ET PLUS LOURDS :

NOMBRE MOYEN DE SERVEURS TIERS



NOMBRE MOYEN D'OBJETS



CROISSANCE DE LA TAILLE MOYENNE DES PAGES



MESURER L'IMPACT DES TEMPS DE RÉPONSE SUR LES REVENUS

Les meilleurs e-commerçants au monde testent et analysent la façon dont de nouvelles fonctionnalités impactent la vitesse de leur site. Par conséquent, le développement des sites et les décisions d'optimisation sont scrupuleusement étudiés à l'aune de l'expérience de l'utilisateur final.

LA VITESSE IMPACTE LES REVENUS

NORDSTROM:

Augmentation
du temps de
réponse

Diminution
du taux de
conversion

0.5 SEC = 11%

STAPLES:

Diminution
du temps de
réponse

Augmentation
du taux de
conversion

1.0 SEC = 10%

WALMART:

Diminution
du temps de
réponse

Augmentation
des revenus

0.1 SEC = 1%

Chaque changement ou évolution technique qui s'opère sur nos canaux marketing soulève la question suivante : **'Quel sera l'impact sur l'expérience client?'** Nous testons et monitorons en continu les performances de tous les composants de notre site web, afin d'identifier exactement ce qui doit être abandonné et ce qui doit être optimisé.



GOPAL BRUGALETTE,
INGÉNIEUR PERFORMANCE,
NORDSTROM



OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Cette étude vise à fournir aux e-commerçants du monde entier un contexte unique et tangible pour leurs propres performances digitales, en les comparant à celles de leurs concurrents à l'échelle mondiale et nationale.

Les résultats sont issus de données complètes récoltées auprès de plus de 300 e-commerçants majeurs au Royaume-Uni, aux États-Unis, en France, en Allemagne, en Chine, en Australie, en Espagne et dans les pays scandinaves. Dynatrace, leader de la performance digitale, a ainsi collecté des données toutes les 15 minutes au cours des 12 derniers mois, grâce à un vaste réseau de monitoring synthétique mondial.

Les recherches se sont en particulier focalisées sur:



LA VITESSE

Les temps de réponse des pages d'accueil des sites marchands, sur Firefox et Internet Explorer.



LES TECHNOLOGIES

Les choix technologiques de chaque site, en particulier l'utilisation de plug-ins et d'objets tiers.



LA TAILLE

La taille de chaque page d'accueil.



COMPLEXITÉ DIGITALE ET EXPÉRIENCE UTILISATEUR

Aujourd'hui, le principal défi pour les e-commerçants en matière d'expérience client réside dans la maîtrise d'une chaîne de livraison complexe.

Les applications digitales s'exécutent de manière transversale, sur un large éventail d'appareils, et en s'appuyant sur de nombreux fournisseurs de services, CDNs (Content Delivery Networks), plug-ins tiers, etc. Ce qui représente autant de points de rupture possibles entre vous, vos utilisateurs finaux et leurs multiples écrans. Une défaillance de performance suffit à faire basculer vos clients d'une expérience satisfaisante vers une frustration totale - impactant au passage leur fidélité, l'image de marque de la société et ses revenus.



Latences fonctionnelles

Plus le nombre de serveurs est élevé, plus le risque de latence est grand. La plupart des serveurs tiers ont eux-mêmes des connexions avec d'autres serveurs externes pour obtenir des fonctionnalités et les mettre à disposition des clients.



Dépendance à des serveurs externes

La capacité de votre site à charger l'ensemble de ses composants est directement liée à la performance des serveurs sollicités par les tierces parties. Pour faire simple, si ces serveurs externes ont des problèmes, c'est le temps de chargement de votre site qui en pâtit.



Mises à jour de sites et tests

On compte aujourd'hui 24 000 types d'appareils Android. Optimiser un site pour cette myriade de systèmes d'exploitation et de terminaux demande, de la part des développeurs, d'être sans cesse sur le qui-vive, pour parvenir à isoler des problèmes de performance dans un labyrinthe d'applications et de plug-ins.



OÙ VOUS SITUEZ-VOUS PAR RAPPORT À VOS CONCURRENTS?

Les données comparatives utilisées dans cette étude montrent que les **40 e-commerçants les plus performants** au monde sont ceux qui réduisent au maximum leurs éléments techniques, et sont ainsi capables de fournir des temps de réponse inférieurs aux fameuses **3 secondes**.

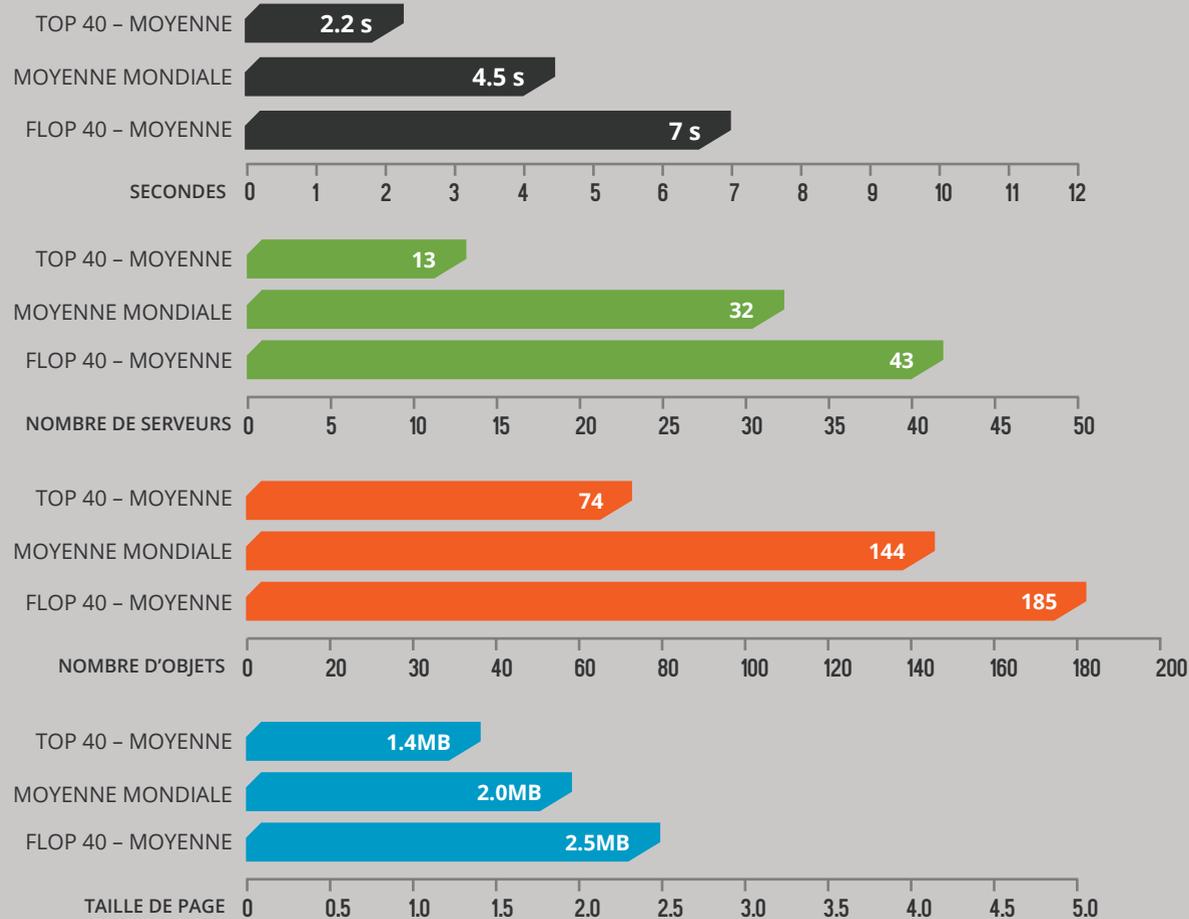
En comparant leurs performances digitales à celles de leurs pairs, localement et à l'échelle mondiale, les e-commerçants peuvent non seulement vérifier **s'ils répondent correctement** ou non aux attentes des clients, mais aussi disposer d'un cadre utile pour prioriser leurs efforts **d'optimisation en matière de performance**.

LES TEMPS DE RÉPONSE DES PAGES D'ACCUEIL DOIVENT RÉPONDRE AUX ATTENTES DES CLIENTS

DES SERVEURS TIERS PLUS NOMBREUX ENTRAÎNENT GÉNÉRALEMENT DES TEMPS DE RÉPONSE PLUS LONGS

LES MEILLEURS E-COMMERÇANTS LIMITENT LE NOMBRE D'OBJETS

LES PAGES GAGNENT À ÊTRE SIMPLES ET RAPIDES À CHARGER



BEST PRACTICE: FOCUS SUR APPLE

Apple est un **exemple frappant** de la façon dont un e-commerçant international parvient à maintenir son niveau de performance, dans tous les pays. L'entreprise construit des sites web qui sollicitent très peu de serveurs, mais qui n'en demeurent pas moins intuitifs, engageants pour les clients du monde entier et visuellement renversants. Et par dessus tout, **hyper-rapides**. La vitesse apparaît clairement comme l'indicateur de performance n°1 de la société.

TEMPS DE RÉPONSE DE LA PAGE D'ACCUEIL DU SITE WEB D'APPLE PAR PAYS

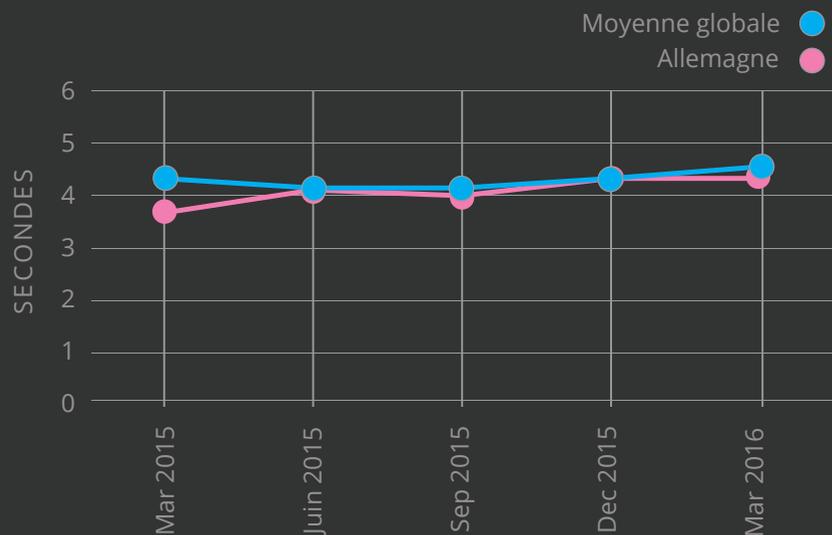
HOMEPAGE

	TIERCES PARTIES	OBJETS	TAILLE DE PAGE (MB)	TEMPS DE RÉPONSE (EN SECONDES)
ALLEMAGNE	5	62	2.7	1.4
AUSTRALIE	3	54	1.6	1.1
CHINE	3	40	1.5	4.9
CORÉE	3	37	7.2	1.7
DANEMARK	2	32	0.7	1.3
ÉTATS-UNIS	5	64	3.0	1.5
JAPON	3	40	2.1	0.9
NORVÈGE	2	32	0.7	0.7
ROYAUME-UNI	2	37	0.9	0.9
SINGAPOUR	3	41	0.8	1.5

ANALYSE PAR PAYS: ALLEMAGNE

En Allemagne, les e-commerçants semblent très au fait de la performance digitale. Le temps de réponse moyen des pages d'accueil y est de 4,3 secondes, en phase avec la moyenne mondiale, et a très peu évolué au cours de l'année. Les e-commerçants veillent en effet à garder des sites simples et rapides à charger, notamment en sollicitant très peu de serveurs tiers et d'objets.

ÉCARTS DES TEMPS DE RÉPONSE DE LA PAGE D'ACCUEIL

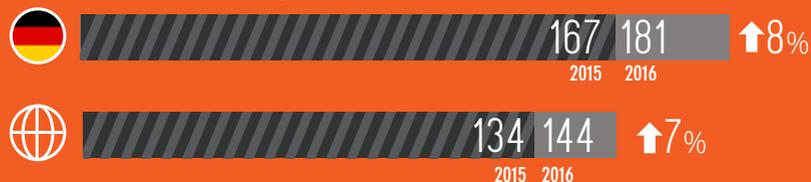


COMPLEXITÉ DU SITE : COMPARAISON ENTRE LES E-COMMERÇANTS ALLEMANDS ET LES STANDARDS MONDIAUX

NOMBRE MOYEN DE TIERCES PARTIES



NOMBRE MOYEN D'OBJETS



TAILLE MOYENNE DES PAGES



ANALYSE PAR PAYS: ALLEMAGNE

LES E-COMMERÇANTS LES PLUS PERFORMANTS EN ALLEMAGNE

En observant de plus près les e-commerçants les plus performants, il apparaît clairement que les serveurs tiers jouent un rôle fondamental dans les temps de réponse des pages d'accueil. Regroupés, ils sollicitent en moyenne neuf serveurs pour un temps de réponse impressionnant d'1,5 seconde. Tandis que les cinq e-commerçants les moins performants enregistrent un temps de réponse moyen de 7,5 secondes, pour 64 serveurs utilisés.

TOP CINQ

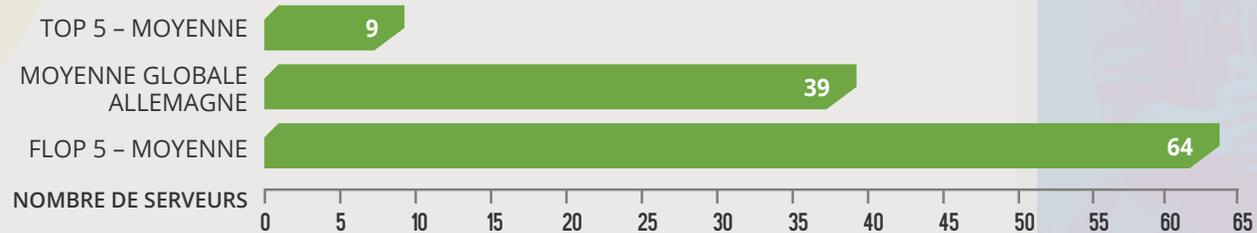
	TIERCES PARTIES	OBJETS	TAILLE DE PAGE (MB)	TEMPS DE RÉPONSE (EN SECONDES)
1. HM	12	54	1.0	1.3
2. HSE	5	115	2.2	1.3
3. Apple	5	62	2.7	1.4
4. Thomann	11	79	0.5	1.6
5. CA	16	106	1.8	1.8
Moyenne haute	9	83	1.6	1.5
Moyenne globale Alle	39	181	1.9	4.3
Moyenne basse	64	221	2.1	7.5



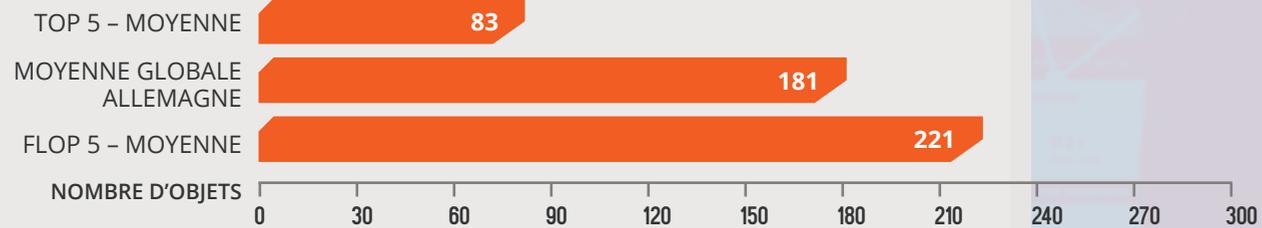
ANALYSE PAR PAYS: ALLEMAGNE

CE QU'IL FAUT RETENIR DE NOS PAIRS ALLEMANDS

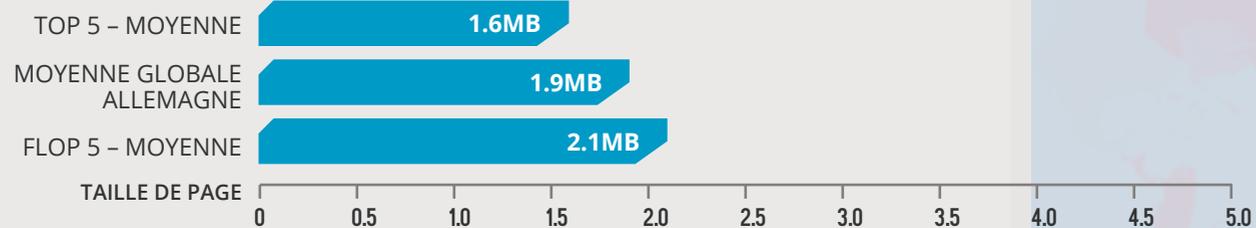
LES SERVEURS
IMPACTENT LA
VITESSE DES SITES
DE MANIÈRE
CONSIDÉRABLE



UN NOMBRE
ÉLEVÉ D'OBJETS
EST FACTEUR DE
COMPLEXITÉ



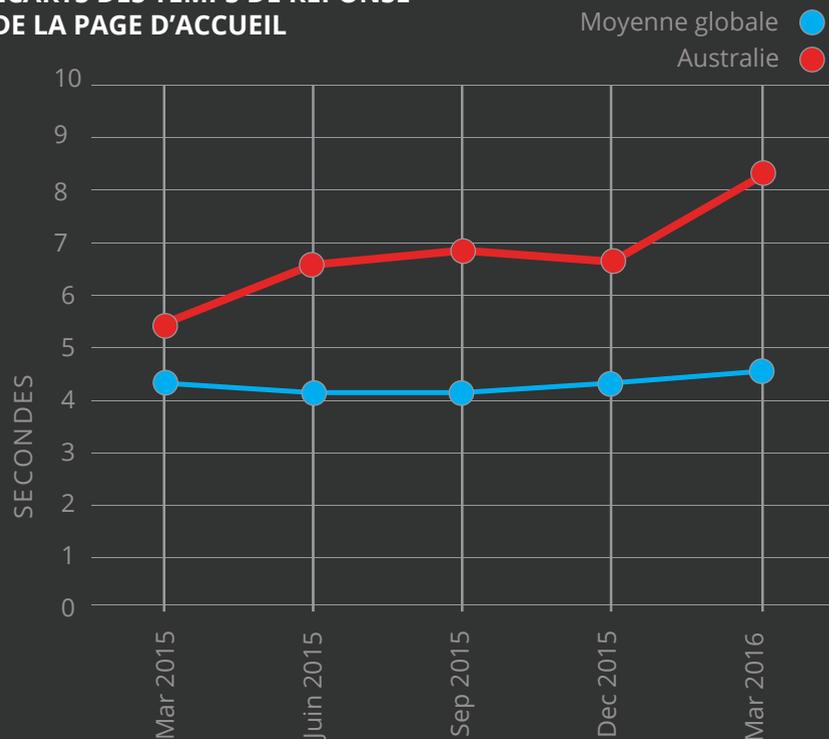
LIMITER LE NOMBRE
D'OCTETS POUR
GAGNER EN
EFFICACITÉ



ANALYSE PAR PAYS: AUSTRALIE

Les e-commerçants australiens ont les sites parmi les plus lents au monde. Actuellement, le temps de réponse moyen des pages d'accueil y est de 8,2 secondes, ce qui est environ 75% plus lent que la moyenne mondiale à 4,65 secondes. En cause : l'utilisation massive de serveurs tiers (en hausse de 27%) et les latences qui découlent de leurs multiples connexions.

ÉCARTS DES TEMPS DE RÉPONSE DE LA PAGE D'ACCUEIL



COMPLEXITÉ DU SITE : COMPARAISON ENTRE LES E-COMMERÇANTS AUSTRALIENS ET LES STANDARDS MONDIAUX

NOMBRE MOYEN DE TIERCES PARTIES



NOMBRE MOYEN D'OBJETS



TAILLE MOYENNE DES PAGES



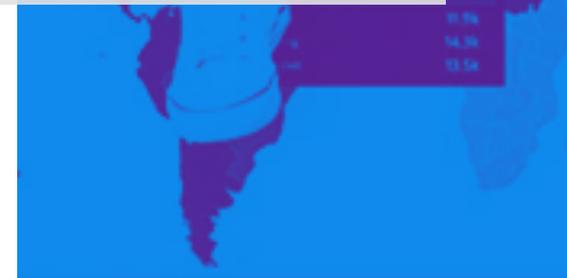
ANALYSE PAR PAYS: AUSTRALIE

LES E-COMMERÇANTS LES PLUS PERFORMANTS EN AUSTRALIE

Les e-commerçants les plus performants sont ceux dont les sites sollicitent peu de serveurs tiers et limitent le nombre d'objets. Ces e-commerçants semblent avoir parfaitement compris la nécessité d'optimiser leur site et d'en rationaliser toutes les fonctionnalités.

TOP CING

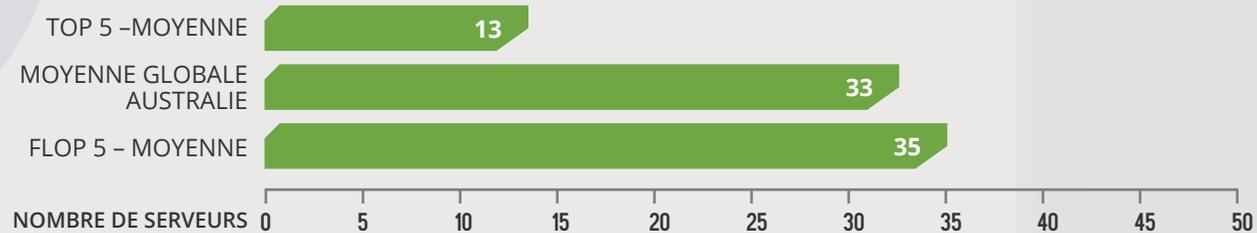
	TIERCES PARTIES	OBJETS	TAILLE DE PAGE (MB)	TEMPS DE RÉPONSE (EN SECONDES)
1. Apple	3	54	1.6	1.1
2. Myer	14	82	2.0	3.2
3. Dell	8	56	0.6	3.4
4. Target	23	63	1.7	3.6
5. Grays Online	19	102	0.7	3.7
Moyenne haute	13	71	1.3	3.0
Moyenne globale Aus	33	166	2.3	8.2
Moyenne basse	35	122	2.9	11.3



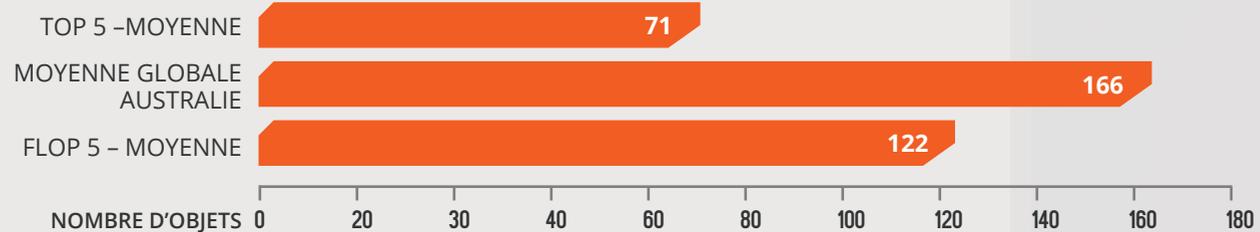
ANALYSE PAR PAYS: AUSTRALIE

CE QU'IL FAUT RETENIR DE NOS PAIRS AUSTRALIENS

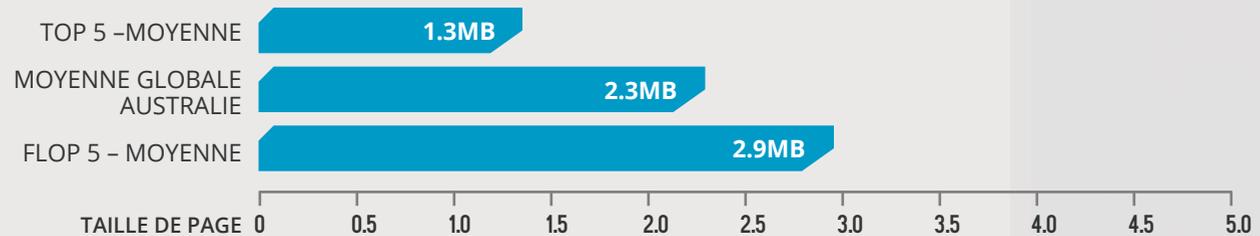
UN NOMBRE ÉLEVÉ
DE SERVEURS
ENTRAÎNE
DES TEMPS DE
RÉPONSE PLUS
LONGS



LE NOMBRE D'OBJETS
IMPACTE LA
COMPLEXITÉ DU SITE



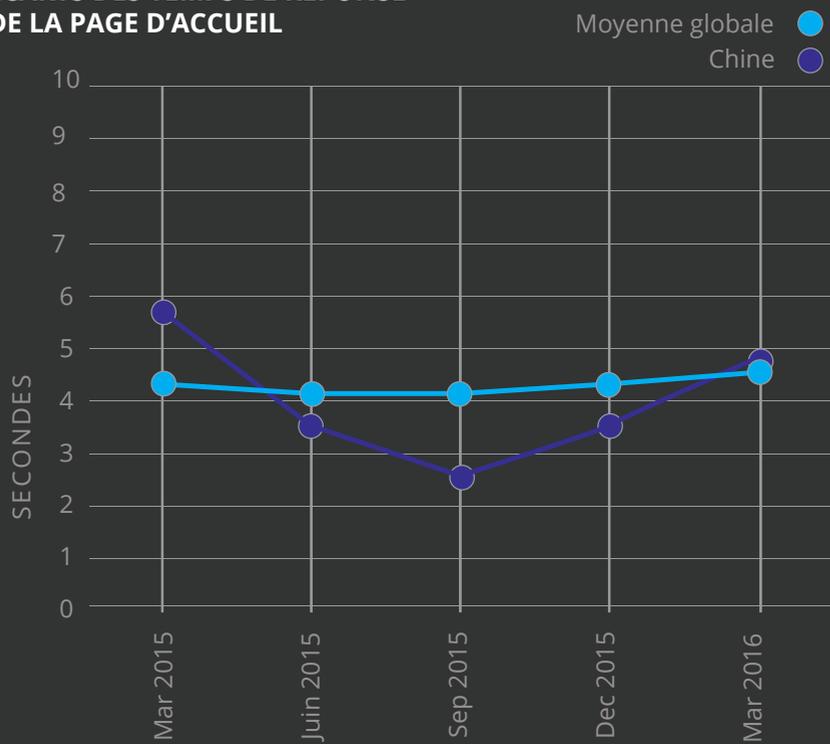
LES PAGES
DOIVENT ÊTRE
LÉGÈRES ET
RAPIDES À
CHARGER



ANALYSE PAR PAYS: CHINE

Au cours des 12 derniers mois, le temps de réponse moyen des e-commerçants en Chine a baissé d'une seconde, et se situe désormais en dessous de la moyenne mondiale. Les e-commerçants locaux semblent suivre de très près la complexité de leur site et réduisent au maximum le nombre de serveurs et d'objets utilisés. D'un point de vue technique, les meilleurs sites sont également les plus simples et les plus légers.

ÉCARTS DES TEMPS DE RÉPONSE
DE LA PAGE D'ACCUEIL



COMPLEXITÉ DU SITE : COMPARAISON ENTRE LES E-COMMERÇANTS CHINOIS ET LES STANDARDS MONDIAUX

NOMBRE MOYEN DE TIERCES PARTIES



NOMBRE MOYEN D'OBJETS



TAILLE MOYENNE DES PAGES



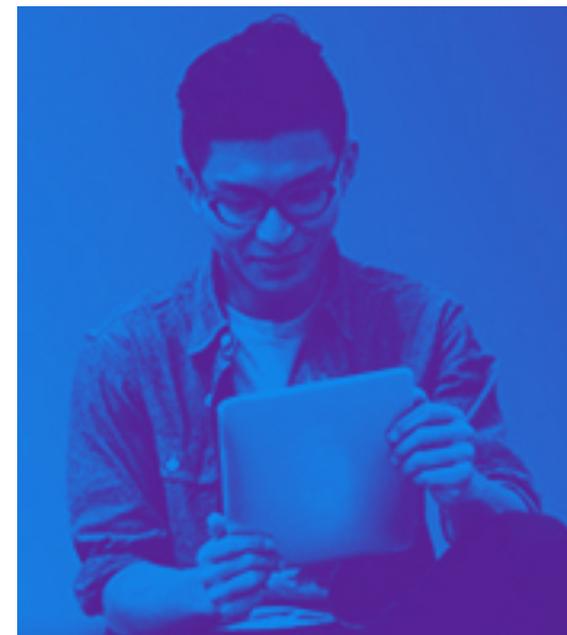
ANALYSE PAR PAYS: CHINE

LES E-COMMERÇANTS LES PLUS PERFORMANTS EN CHINE

Les meilleurs e-commerçants dans le pays affichent des temps de réponse inférieurs à quatre secondes, dans la droite lignée de la norme mondiale actuelle. Les cinq e-commerçants les plus performants ont des sites 50% plus rapides que les moins performants, grâce notamment à un nombre d'objets très limité.

TOP CINQ

	TIERCES PARTIES	OBJETS	TAILLE DE PAGE (MB)	TEMPS DE RÉPONSE (EN SECONDES)
1. Suning	4	21	0.7	2.5
2. JD.com	20	56	0.7	2.7
3. DangDang	16	62	0.7	2.8
4. Yixun.com	22	61	0.9	3.7
5. Vancl	14	63	2.5	4.0
Moyenne haute	15	52	1.1	3.1
Moyenne globale Chine	15	71	1.3	4.9
Moyenne basse	15	108	1.8	6.0



ANALYSE PAR PAYS: CHINE

CE QU'IL FAUT RETENIR DE NOS PAIRS CHINOIS

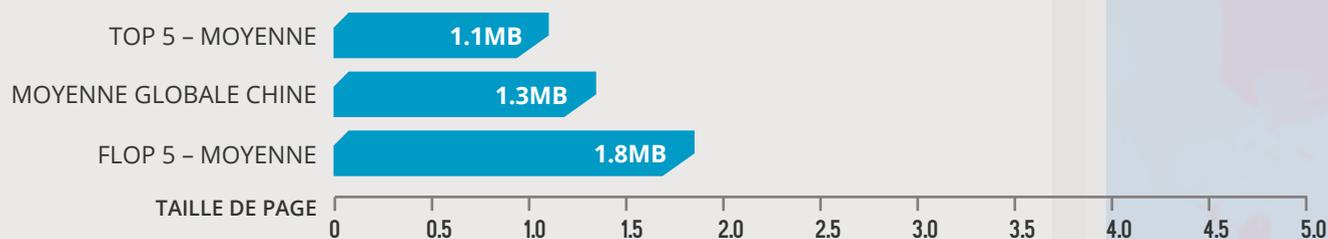
LE NOMBRE
D'OBJETS EST
SOIGNEUSEMENT
GÉRÉ POUR
CHAQUE SERVEUR



LE NOMBRE D'OBJETS
DOIT SUIVRE
LES STANDARDS
MONDIAUX



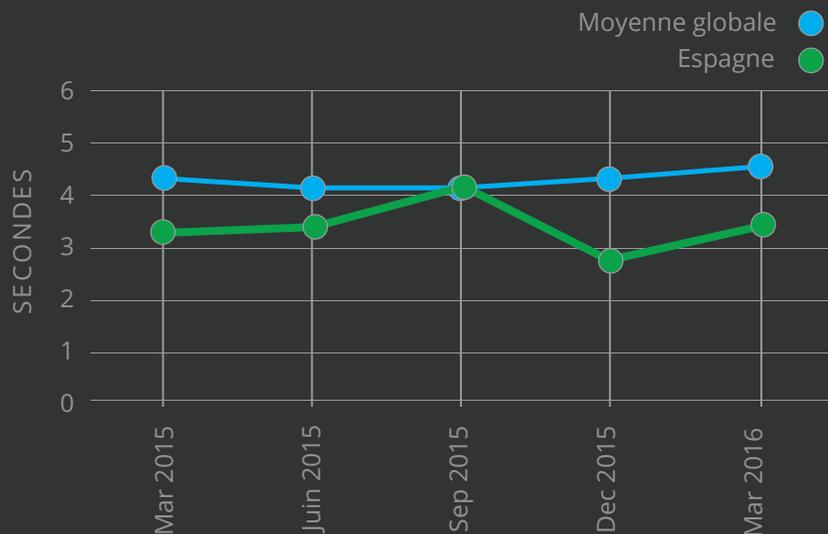
LES MEILLEURS
SITES ONT LES
PAGES LES PLUS
LÉGÈRES



ANALYSE PAR PAYS: ESPAGNE

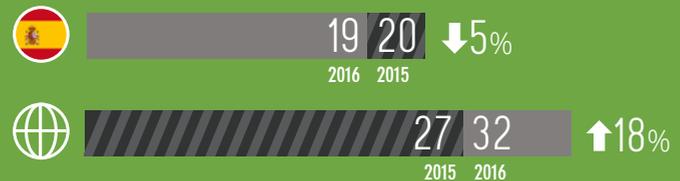
En Espagne, le marché du retail donne un bon exemple de ce que doit être la performance digitale. Collectivement, le temps de réponse moyen des pages d'accueil y est de 3,3 secondes. Un temps en phase avec les attentes des clients et inférieur aux 4,5 secondes de la moyenne mondiale. Les données collectées montrent par ailleurs que les e-commerçants locaux ont réduit, au cours de l'année, le nombre moyen de serveurs par site, ainsi que la taille moyenne des pages.

ÉCARTS DES TEMPS DE RÉPONSE DE LA PAGE D'ACCUEIL



COMPLEXITÉ DU SITE : COMPARAISON ENTRE LES E-COMMERÇANTS ESPAGNOLS ET LES STANDARDS MONDIAUX

NOMBRE MOYEN DE TIERCES PARTIES



NOMBRE MOYEN D'OBJETS



TAILLE MOYENNE DES PAGES



ANALYSE PAR PAYS: ESPAGNE

LES E-COMMERÇANTS LES PLUS PERFORMANTS EN ESPAGNE

Les cinq e-commerçants les plus performants parviennent à maintenir la vitesse de chargement de leur site à 1,9 seconde en moyenne. Les serveurs tiers et les objets sont utilisés avec modération, et les tailles des pages sont réduites au maximum. Ces trois facteurs réunis permettent aux e-commerçants de comprendre comment chacun impacte les autres. Par exemple, si le nombre de serveurs sollicités est limité, mais le nombre d'objets élevé, alors le chargement de la page est susceptible de ralentir.

TOP CINQ

	TIERCES PARTIES	OBJETS	TAILLE DE PAGE (MB)	TEMPS DE RÉPONSE (EN SECONDES)
1. Zara	3	26	1.0	0.5
2. Agapea.com	1	21	0.4	0.9
3. Dreivip	15	83	1.6	2.2
4. El Corte Ingles	23	96	2.5	2.5
5. TPOInformatica.com	15	75	1.6	3.3
Moyenne haute	11	60	1.4	1.9
Moyenne globale Esp	19	120	2.0	3.3
Moyenne basse	25	170	3.2	4.5



ANALYSE PAR PAYS: ESPAGNE

CE QU'IL FAUT RETENIR DE NOS PAIRS ESPAGNOLS

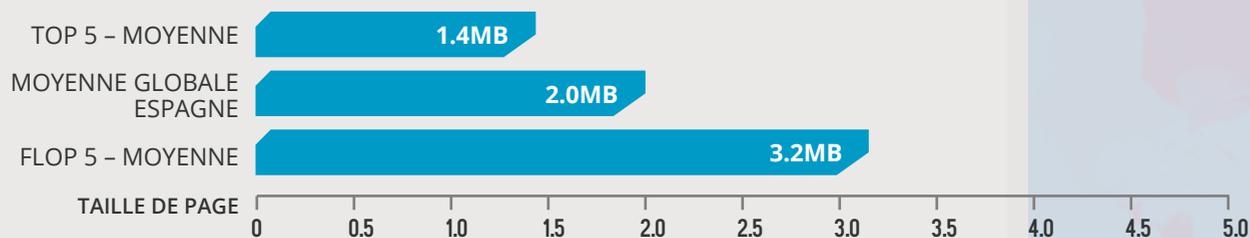
LES SERVEURS
SONT UN
FACTEUR CLÉ DE
PERFORMANCE



LES OBJETS SONT
SOURCE DE
COMPLEXITÉ



LA TAILLE DES
PAGES DOIT ÊTRE
MINIME

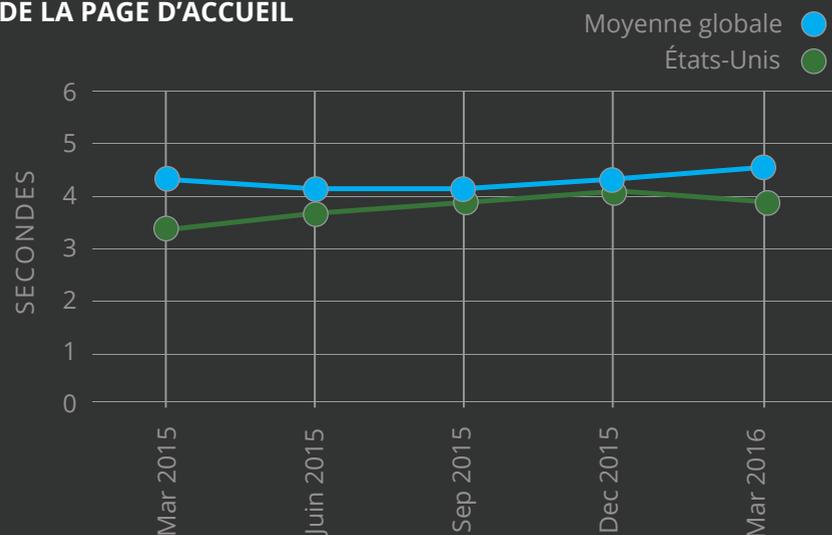


ANALYSE PAR PAYS: ÉTATS-UNIS

Les e-commerçants américains ont bien saisi l'importance d'avoir des temps de chargement inférieurs à trois secondes. Au cours de l'année écoulée, les États-Unis n'ont cessé de surpasser les standards mondiaux, dans une farouche compétition avec leurs pairs européens - Espagne, Royaume-Uni et France.

Il est toutefois intéressant de noter que les e-commerçants les plus performants, dans la plupart des autres pays, tâchent de réduire au maximum la complexité de leur site (afin de garantir des temps de chargement les plus courts possibles), tandis que les e-commerçants aux États-Unis sont parmi les plus gros consommateurs de serveurs tiers - tout en étant moins impactés par des problèmes de latence.

ÉCARTS DES TEMPS DE RÉPONSE DE LA PAGE D'ACCUEIL

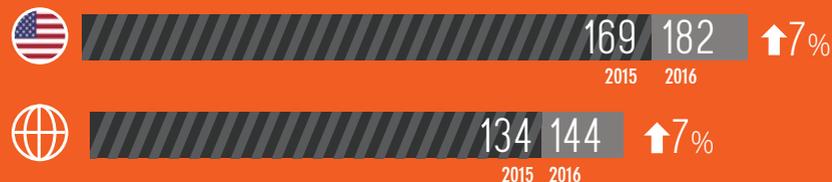


COMPLEXITÉ DU SITE : COMPARAISON ENTRE LES E-COMMERÇANTS AMÉRICAINS ET LES STANDARDS MONDIAUX

NOMBRE MOYEN DE TIERCES PARTIES



NOMBRE MOYEN D'OBJETS



TAILLE MOYENNE DES PAGES



ANALYSE PAR PAYS: ÉTATS-UNIS

LES E-COMMERÇANTS LES PLUS PERFORMANTS AUX ÉTATS-UNIS

Sur le marché américain du retail, la vitesse apparaît clairement comme un indicateur clé de performance digitale. Si l'on regarde les cinq e-commerçants les plus performants, on constate que leurs sites s'affichent en moins de deux secondes, en minimisant leur complexité. Pour ces sites, le nombre de serveurs, d'objets et le poids des pages sont en dessous des standards.

	TIERCES PARTIES	OBJETS	TAILLE DE PAGE (MB)	TEMPS DE RÉPONSE (EN SECONDES)
1. Costco	9	101	1.7	0.7
2. Apple	5	64	3.0	1.5
3. Amway	9	66	0.7	1.0
4. Walgreens	15	97	1.1	1.4
5. REI	33	111	1.4	1.8
Moyenne haute	14	88	1.6	1.2
Moyenne globale E.U.	45	182	2.3	3.9
Moyenne basse	73	290	3.5	8.4

TOP CINQ



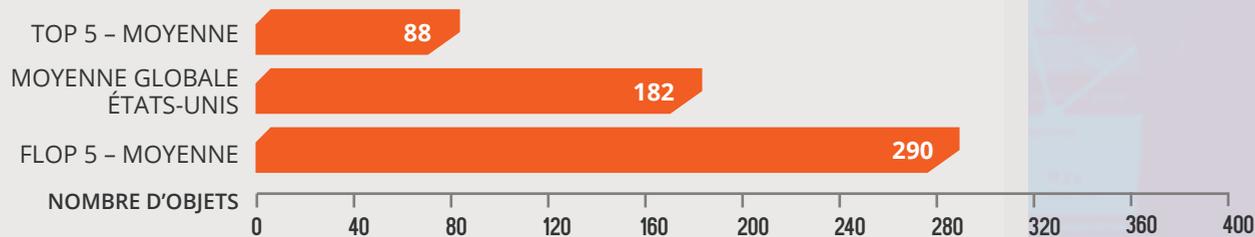
ANALYSE PAR PAYS: ÉTATS-UNIS

CE QU'IL FAUT RETENIR DE NOS PAIRS AMÉRICAINS

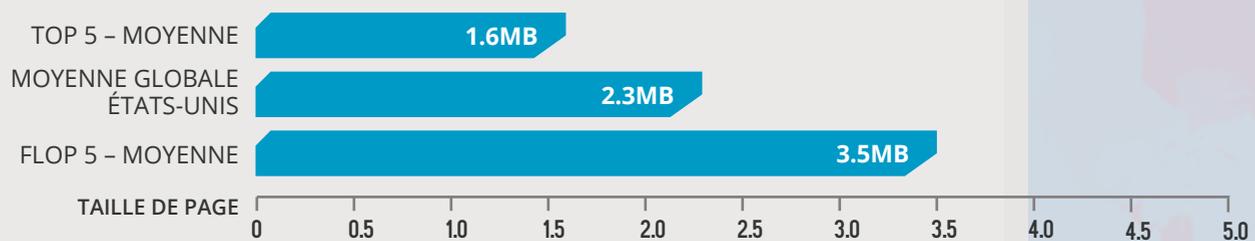
LES SERVEURS
IMPACTENT LA
VITESSE DES SITES
DE MANIÈRE
CONSIDÉRABLE



LES OBJETS DOIVENT
ÊTRE GÉRÉS CÔTÉ
SERVEURS



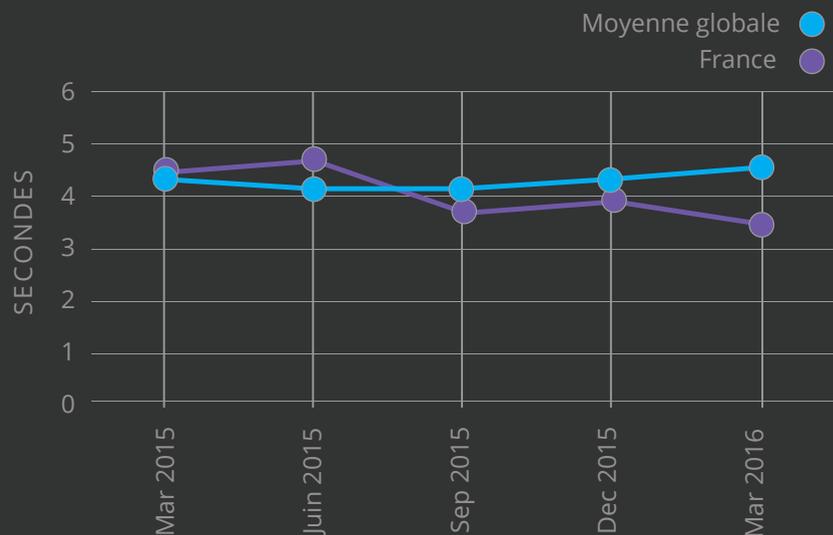
LES PAGES
GAGNENT À ÊTRE
ALLÉGÉES



ANALYSE PAR PAYS: FRANCE

D'une manière générale, la performance digitale des e-commerçants français est impressionnante. Au cours des 12 derniers mois, le temps de réponse standard des pages d'accueil a diminué, pour être désormais inférieur à la moyenne mondiale. De plus, le nombre d'objets utilisés et la taille des pages d'accueil sont restés limités. Pris ensemble, ces facteurs participent à garantir une expérience utilisateur satisfaisante.

ÉCARTS DES TEMPS DE RÉPONSE
DE LA PAGE D'ACCUEIL



COMPLEXITÉ DU SITE: COMPARAISON ENTRE LES E-COMMERÇANTS FRANÇAIS ET LES STANDARDS MONDIAUX

NOMBRE MOYEN DE TIERCES PARTIES



NOMBRE MOYEN D'OBJETS



TAILLE MOYENNE DES PAGES



ANALYSE PAR PAYS: FRANCE

LES E-COMMERÇANTS LES PLUS PERFORMANTS EN FRANCE

Les cinq e-commerçants les plus performants sollicitent en moyenne seulement 19 serveurs, pour un temps de réponse moyen d'environ 2,7 secondes. En comparaison, les données collectées montrent que les e-commerçants locaux les moins performants utilisent près de cinq fois plus de serveurs pour un temps de réponse moyen de 6,5 secondes - soit trois secondes de plus que ce que les clients attendent.

TOP CINQ

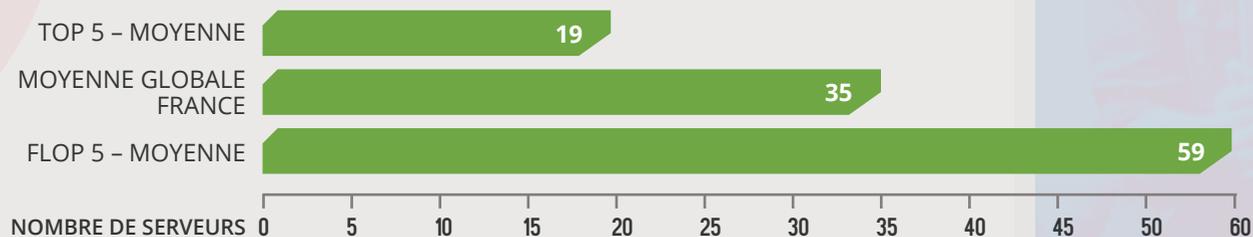
	TIERCES PARTIES	OBJETS	TAILLE DE PAGE (MB)	TEMPS DE RÉPONSE (EN SECONDES)
1. Voyages-sncf	25	133	1.9	2.2
2. Auchan	17	92	1.4	2.3
3. La Redoute	12	48	1.0	2.5
4. ebay	16	150	2.2	3.1
5. Leroy Merlin	26	98	1.0	3.2
Moyenne haute	19	104	1.5	2.7
Moyenne globale France	35	167	2.2	3.5
Moyenne basse	59	246	2.6	6.5



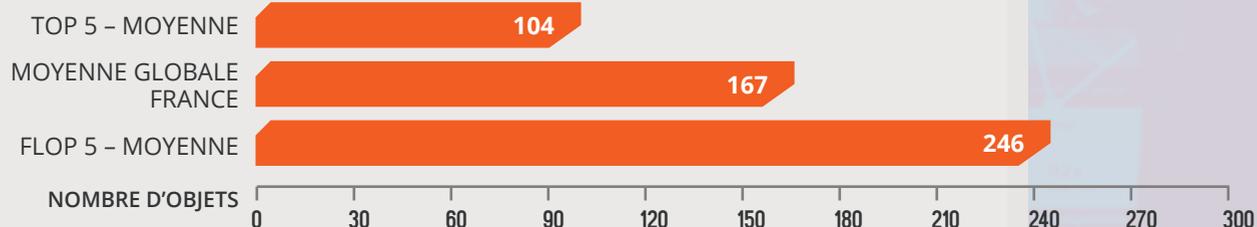
ANALYSE PAR PAYS: FRANCE

CE QU'IL FAUT RETENIR DE NOS PAIRS FRANÇAIS

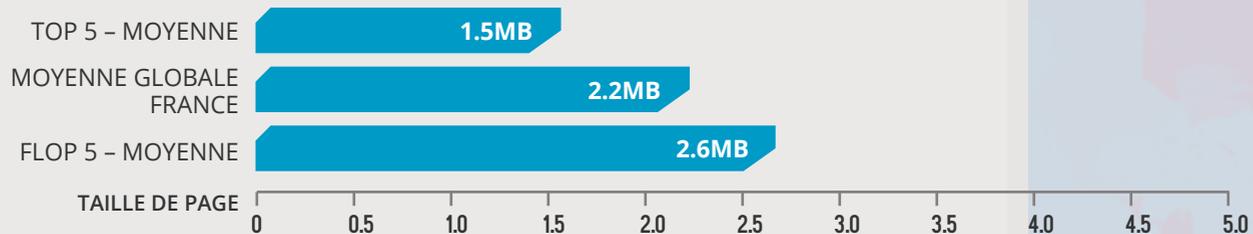
LES SITES LES PLUS RAPIDES UTILISENT MOINS DE SERVEURS



SURVEILLER ET LIMITER LE NOMBRE D'OBJETS



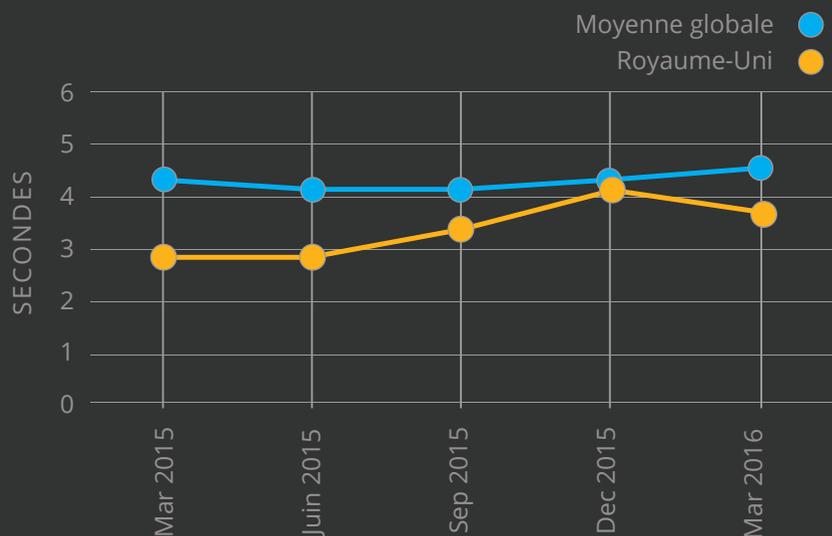
DES PAGES À LA FOIS SOMMAIRES ET LÉGÈRES



ANALYSE PAR PAYS: ROYAUME-UNI

Ces dernières années, au Royaume-Uni, les e-commerçants se sont démarqués en proposant des temps de réponse de leurs sites inférieurs à la moyenne mondiale. Des données plus récentes montrent cependant que l'utilisation de serveurs tiers par les e-commerçants locaux augmente plus rapidement que la moyenne mondiale. Le nombre d'objets et la taille des pages augmentent également de façon constante.

ÉCARTS DES TEMPS DE RÉPONSE DE LA PAGE D'ACCUEIL



COMPLEXITÉ DU SITE: COMPARAISON ENTRE LES E-COMMERÇANTS BRITANNIQUES ET LES STANDARDS MONDIAUX

NOMBRE MOYEN DE TIERCES PARTIES



NOMBRE MOYEN D'OBJETS



TAILLE MOYENNE DES PAGES



ANALYSE PAR PAYS: ROYAUME-UNI

LES E-COMMERÇANTS LES PLUS PERFORMANTS AU ROYAUME-UNI

Les cinq sites de e-commerce les plus performants dans le pays mettent la barre haut en matière de performance digitale. L'analyse ci-dessous montre que ces e-commerçants gèrent et monitorent consciencieusement les composants de leur site, afin de garantir une expérience client à la fois rapide et engageante. Pris ensemble, ces "top performers" proposent un temps de réponse moyen de 1,13 seconde.

TOP CINQ

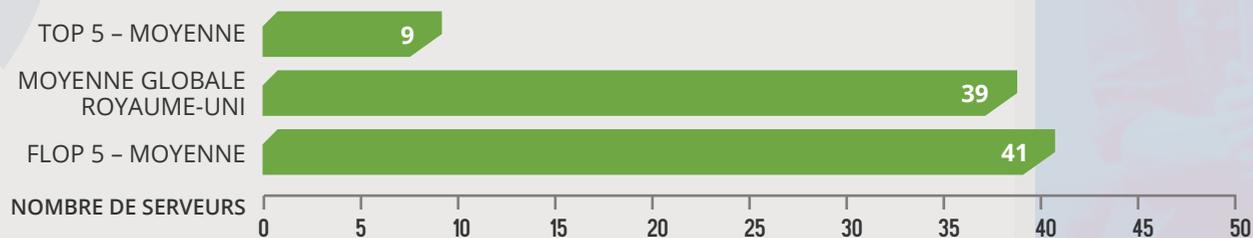
	TIERCES PARTIES	OBJETS	TAILLE DE PAGE (MB)	TEMPS DE RÉPONSE (EN SECONDES)
1. Tesco	7	18	0.2	0.8
2. Next	4	61	0.7	0.8
3. Apple	2	37	0.9	0.9
4. Sports Direct	13	82	1.3	1.3
5. Matalan	21	63	1.0	1.7
Moyenne haute	9	52	0.8	1.1
Moyenne globale R.U.	39	150	1.9	3.7
Moyenne basse	41	169	2.5	6.2



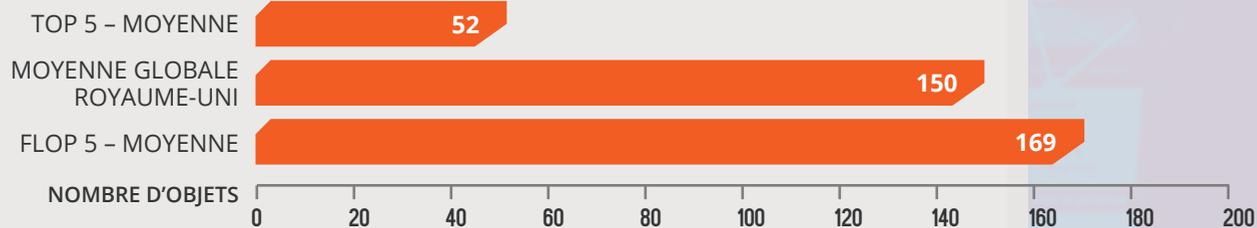
ANALYSE PAR PAYS: ROYAUME-UNI

CE QU'IL FAUT RETENIR DE NOS PAIRS BRITANNIQUES

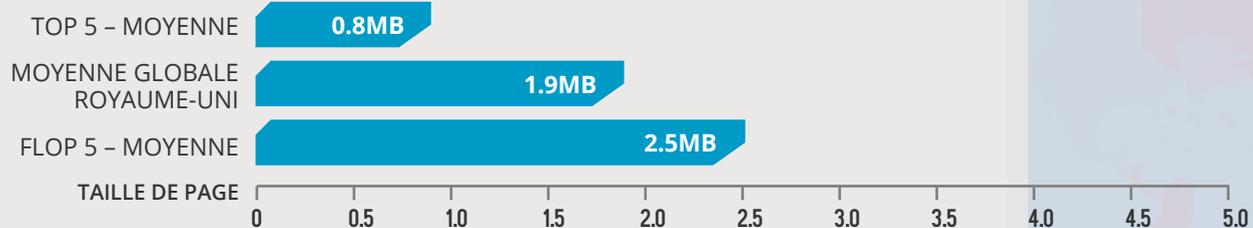
LES SITES LES PLUS RAPIDES UTILISENT MOINS DE SERVEURS



UNE GESTION MINUTIEUSE DU NOMBRE D'OBJETS



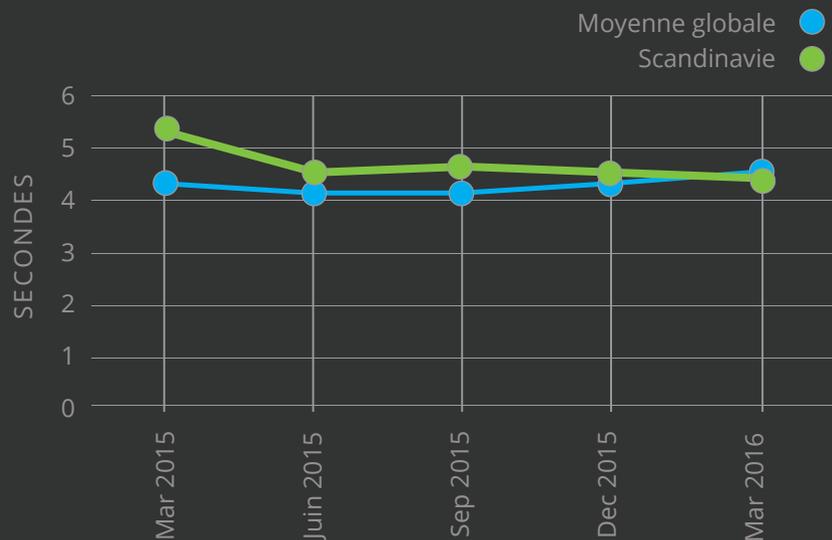
DES PAGES À LA FOIS SOMMAIRES ET LÉGÈRES



ANALYSE PAR PAYS: SCANDINAVIE

Les pays scandinaves suivent les standards mondiaux en matière de performance digitale : le temps de réponse moyen des pages d'accueil est descendu à 4,4 secondes au cours des 12 derniers mois. Proportionnellement, le nombre d'objets utilisés et la taille des pages ont eux aussi diminué.

ÉCARTS DES TEMPS DE RÉPONSE DE LA PAGE D'ACCUEIL



COMPLEXITÉ DU SITE : COMPARAISON ENTRE LES E-COMMERÇANTS SCANDINAVES ET LES STANDARDS MONDIAUX

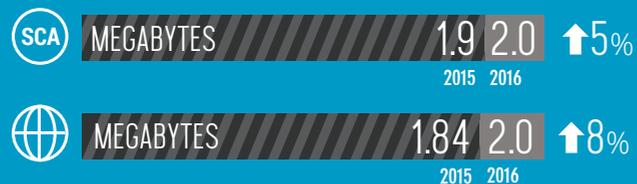
NOMBRE MOYEN DE TIERCES PARTIES



NOMBRE MOYEN D'OBJETS



TAILLE MOYENNE DES PAGES



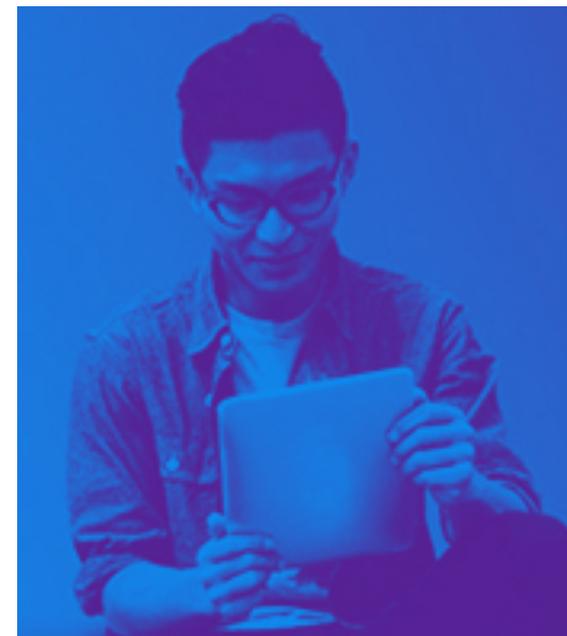
ANALYSE PAR PAYS: SCANDINAVIE

LES E-COMMERÇANTS LES PLUS PERFORMANTS EN SCANDINAVIE

Même si l'écart entre les cinq e-commerçants les plus performants et les cinq moins performants se limite à 2 secondes, on relève une corrélation entre la complexité des sites et leur temps de réponse. Les sites scandinaves les plus rapides utilisent ainsi deux fois moins de serveurs et environ 45% d'objets en moins que les plus lents.

TOP CINQ

	TIERCES PARTIES	OBJETS	TAILLE DE PAGE (MB)	TEMPS DE RÉPONSE (EN SECONDES)
1. HM	11	55	1.0	2.1
2. Lego	6	58	4.6	3.2
3. Komplet	12	104	1.7	3.5
4. Salling.dk	32	103	1.0	4.5
5. Verkkokauppa.com	23	114	1.5	4.8
Moyenne haute	16	86	2.0	3.6
Moyenne globale Sca	28	112	2.0	4.4
Moyenne basse	37	157	2.0	5.6



ANALYSE PAR PAYS: SCANDINAVIE

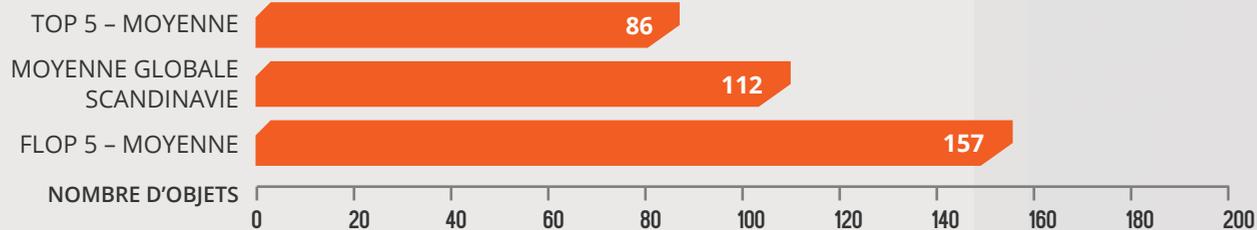
SCA

CE QU'IL FAUT RETENIR DE NOS PAIRS SCANDINAVES

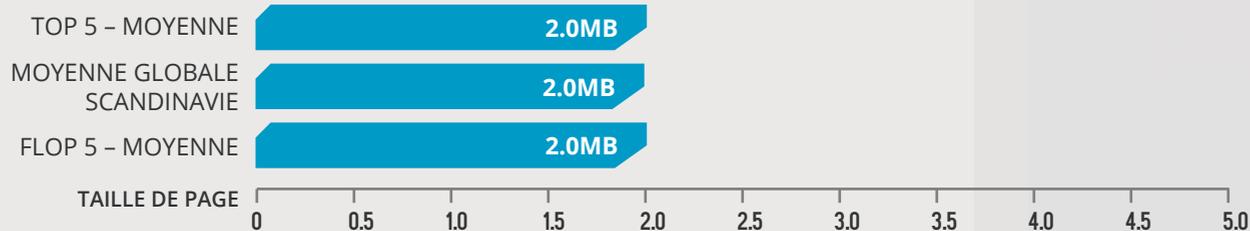
LES SERVEURS
DOIVENT ÊTRE
UTILISÉS AVEC
MODÉRATION



LES OBJETS SONT
FACTEURS DE
COMPLEXITÉ



LA TAILLE DES
PAGES DOIT ÊTRE
MONITORÉE



MÉTHODOLOGIE

Comparaison des pages d'accueil de sites web

Dynatrace Synthetic Monitoring mesure les pages des sites web à l'aide de tests synthétiques, qui s'exécutent sur des serveurs d'entreprises dans plus de 150 datacenters à bande passante élevée à travers le monde, sur le backbone Internet. Ces tests sont le meilleur moyen de monitorer des applications web de façon synthétique et régulière. Ils fonctionnent aussi bien en conditions optimales de vitesse et de disponibilité, qu'en cas de problèmes, pour lesquels ils fournissent une notification instantanée. Les données comparées sont issues d'un ensemble de nœuds de backbone regroupés par pays permettant de mesurer et de classer les performances.

Sélection des participants

Les participants à l'étude sont sélectionnés à partir du classement effectué par des sociétés tierces, des meilleurs participants par région et par marché.

Localisations des backbones

Sauf mention contraire, les indicateurs de l'étude sont collectés sur les nœuds standards sélectionnés dans chaque région.

Fréquence de mesures

Les indicateurs backbone et mobile de l'étude sont collectés dans chaque zone de mesure, au minimum une fois par heure et, dans la majorité des cas, 24 heures sur 24.

Monitoring par navigateur

L'étude teste les navigateurs les plus couramment utilisés dans le monde : Chrome, Internet Explorer et Firefox.

Calcul des temps de réponse

Le temps de réponse correspond au temps écoulé de bout-en-bout pendant le chargement d'une page web ou de l'ensemble d'un processus de transaction. Cela inclut notamment les pages HTML de base et tous les objets référencés, les contenus tiers, JavaScript, CSS, etc. La métrique rapportée correspond au temps moyen nécessaire au chargement d'une page d'accueil ou à l'exécution d'une transaction.

Comparaisons sur le marché du retail

Les données relatives au marché du retail utilisées dans notre étude sont un sous-ensemble de plus de 8000 sites web que nous suivons et monitorons jour et nuit.



Testez GRATUITEMENT
votre performance:
<http://bit.ly/DT-benchmark>